

MANUAL DE DESARROLLO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS PERUANOS AGROINDUSTRIALES PARA EL MERCADO INTERNACIONAL

Alex Morales Guzmán-Barrón,
Alfredo Estrada Merino

Alex Morales Guzmán-Barrón
Licenciado en Economía por la Universidad de Lima
✉ alexmgb@gmail.com

Alfredo Estrada Merino
Candidato a doctor en Educación por la Universidad San Martín de Porres
✉ aestrada@ulima.edu.pe

En el contexto de globalización, los países se esfuerzan por desarrollar ventajas competitivas basadas en la innovación, el desarrollo y la calidad de su oferta exportable, que, bajo una condición de diferenciación, colocan a estos países en una posición comercial óptima en el mercado, en este caso en el de productos agroindustriales. La demanda mundial de alimentos difícilmente será satisfecha; en consecuencia, la elaboración de instrumentos de gestión para el desarrollo de productos peruanos agroindustriales de exportación es una necesidad.

Por un lado, la identificación de necesidades en el mercado internacional de productos agroindustriales es un proceso que involucra el conocimiento del consumidor, los lineamientos estratégicos de procesos y de gestión, las tácticas de comercialización, etcétera; por el otro, se requiere la compatibilidad de materiales, diseños y formas del producto, de modo tal que calcen con la demanda y la oferta agroexportadora mundiales.

Esta investigación identificó los lineamientos básicos para un proceso regular orientado a desarrollar productos peruanos agroindustriales de exportación que, con dos enfoques estratégicos, uno de mercado y otro de producto (demanda y oferta), logren crear ventajas competitivas en el sector agroexportador peruano.

La metodología se sustentó en un diseño exploratorio cualitativo con tres etapas: 1) la identificación del marco teórico vinculado al tema de innovación y desarrollo de productos de exportación generales o relacionados con el sector en investigación; 2) la identificación de los principales agentes del sector, que fueron materia de estudio para una aproximación a la realidad empresarial peruana de la actividad innovadora y de desarrollo de valor agregado del producto; y 3) la identificación de las etapas principales para construir un esquema de trabajo que sirviera de guía para desarrollar productos de agroexportación.

El estudio permitió constatar que la innovación y el desarrollo de los productos peruanos de agroexportación aún se encuentran en su fase inicial y que

se requieren sinergias empresariales y públicas más rígidas en investigación, gestión e impacto social de desarrollo del producto. Del mismo modo se comprueba que, para desarrollar un producto de agroexportación con valor agregado, deben definirse inicialmente las capacidades de gestión de la empresa exportadora y las potencialidades del producto agroindustrial por exportar. Se ha podido verificar también que el desarrollo de productos de agroexportación no solo está determinado por factores asociados a la demanda, sino que también se explica por el manejo interno del sector, lo que conduce a indagar factores intrínsecos y extrínsecos a este.

Con estas evidencias se logró construir una matriz de etapas del proceso de desarrollo de valor agregado e innovación de productos de agroexportación peruana que cuenta con las siguientes etapas: 1) inteligencia comercial agroexportadora; 2) conocimiento de mercados internacionales; 3) análisis de la ventana de oportunidad comercial; 4) desarrollo de la fase agroindustrial del producto; y finalmente 5) identificación de los valores intrínsecos y extrínsecos del producto. ♦

“La demanda mundial de alimentos difícilmente será satisfecha; en consecuencia, la elaboración de instrumentos de gestión para el desarrollo de productos peruanos agroindustriales de exportación es una necesidad”.